

УДК 339.5: 338.433

ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

кандидат економічних наук Юрченко Н.Б., Яськевич Т.Б.

Інститут економіки та управління в нафтогазовому комплексі Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, Україна, Івано-Франківськ

У статті досліджується необхідність змін в організації діяльності аграрних підприємств під впливом глобальних тенденцій. Досліджено які зміни в діяльності необхідними для забезпечення конкурентоспроможності. Акцентовано увагу на особливостях маркетингової діяльності аграрних підприємств в нових умовах. Сформовано рекомендації для вітчизняних підприємств, що ведуть діяльність на світових аграрних ринках.

Ключові слова: світовий ринок, глобальний ринок, аграрна транснаціональна корпорація, аграрний маркетинг, сільськогосподарське підприємство.

Юрченко Н. Б., Яськевич Т. Б. Организация деятельности аграрных предприятий в условиях глобализации / Институт экономики и управления в нефтегазовом комплексе Ивано-Франковского национального технического университета нефти и газа, Украина, Ивано-Франковск

В статье исследуется необходимость изменений в организации деятельности аграрных предприятий под влиянием глобальных тенденций. Исследованы изменения в деятельности необходимые для обеспечения конкурентоспособности. Акцентировано внимание на особенностях маркетинговой деятельности аграрных предприятий в новых условиях. Сформированы рекомендации для отечественных предприятий, ведущих деятельность на мировых аграрных рынках.

Ключевые слова: мировой рынок, глобальный рынок, аграрная транснациональная корпорация, аграрный маркетинг, сельскохозяйственное предприятие.

Iurchenko N.B., Yas'kevych T.B. Organization of agricultural enterprise activity under globalizing / Institute of Economics and Management in Oil and Gas Complex of Ivano-Frankivsk National Technical University of oil and gas, Ukraine, Ivano-Frankivsk

This article explores the need for change in the organization of the agricultural enterprises activity under global trends. The changes needed to ensure their competitiveness are outlined. The attention is focused on the specifics of the agricultural enterprises marketing activities under new conditions. Recommendations for domestic enterprises doing business in world agricultural markets are formed.

Keywords: world market, global market, agricultural Multinational Corporation, agricultural marketing, agricultural enterprise.

Вступ.

Глобалізація аграрного ринку спричинила появу нових ринкових сегментів, а також нові підходи до пошуку споживачів та задоволення їх потреб. З іншого боку, аграрна продукція належить до сировинних ресурсів, є детально стандартизована, тому є можливим і необхідним розглядати можливості продажу її на глобальному ринку. Питання необхідності змін у діяльності аграрних підприємств зумовлене як глобалізацією попиту на окремих сегментах світового аграрного ринку, так і відмінностями у пропозиції, зумовленими підвищення рівня стандартизації та активною діяльністю транснаціональних аграрних корпорацій та трейдерів. Крім того, актуальність теми пов'язана з необхідністю пошуку напрямків підвищення конкурентоспроможності вітчизняної аграрної продукції на світових аграрних ринках в нових умовах.

Процес становлення і розвитку сільськогосподарських ринків та діяльність аграрних підприємств на них цікавили вітчизняних та зарубіжних вчених. Зокрема огляд глобальних тенденцій на аграрних ринках зроблений в рамках

діяльності ФАО [1, с. 5-18, 32-33] свідчить про зростання впливу транснаціональних корпорацій (ТНК) на пропозицію агарної продукції на світових ринках та констатує глобалізацію значної частини аграрних ринків. Інший напрямок досліджень [2, с. 5-14] стосується особливостей маркетингової діяльності машинобудівних підприємств на глобальних ринках агарної продукції. Також досліджено вплив глобалізації на вітчизняний агарний ринок [3] та глобальні тенденції на аграрному ринку праці [4; 5]. Проте питання особливостей діяльності окремих видів підприємств, сформованих під впливом глобалізації ще не достатньо досліджено.

Формулювання мети статті та завдань. Метою статті є виділити особливості організації діяльності агарних підприємств, пов'язані з глобалізацією окремих сегментів світового агарного ринку та конкурентоспроможністю на них. Для досягнення цієї мети необхідно визначити, який вплив глобалізація чинить на світовий аграрний ринок, які саме сегменти є глобальними, а які прямують у цьому напрямку, виявити підприємства, на які найбільше вплинула глобалізація та проаналізувати зміни в їх діяльності, спричинені глобальними тенденціями. На основі цього можна сформулювати рекомендації для вітчизняних підприємств, що ведуть діяльність на світових агарних ринках.

Виклад основного матеріалу.

Глобалізація як економічне явище вплинула на цілий ряд аспектів діяльності підприємств аграрного сектору. Стандартизація продукції призвела до глобалізації пропозиції та попиту на аграрну продукцію, що ще підсилюється загальною доступністю інформації про продукцію в різних країнах та можливостями логістики. Вихід на ринки аграрних ТНК призвів до стандартизації вимог до кваліфікації персоналу та технологій, що повинні використовуватись на підприємствах. Суттєве переважання в якості продукції окремих виробників сільськогосподарської техніки (зокрема марки Джон Дір [2]) та можливості з її доставки дало цим виробникам конкурентну перевагу на глобальних сегментах світового агарного ринку. Дискусія навколо впливу

діяльності агарних підприємств загалом та вирощування окремих культур на навколишнє середовище [6, с. 29-38], а також дилема використання генетично модифікованих організмів чи виробництва органічної продукції [6, с. 41-48] ставить підприємства перед необхідністю врахування цих впливів, а також громадської думки потенційних споживачів щодо соціальних та екологічних аспектів використання тих чи інших технологій та формування сівозміни.

Що стосується основних учасників світових агарних ринків, то вони представляють собою різноманіття від груп фермерських господарств у країнах, які ведуть політику підтримки малого і середнього бізнесу до ТНК та міжнародних зернотрейдерів. Що стосується вітчизняного ринку, то слід зазначити, що у минулому агарному сезоні передові позиції з експорту сільськогосподарської продукції стали профільні виробничі та трейдерські компанії з значним досвідом роботи у галузі. Експерти галузі визначили наступних лідерів рейтингу аграрних експортоорієнтованих підприємств. «Компанії «Нібулон», «Кернел» і «Топфер» стали найбільшими експортерами пшениці в 2012/2013 маркетинговому році, їх розташування залишилося незмінним з минулого сезону — в такому ж порядку вони йшли за «Хліб Інвестбудом» у 2011/2012 маркетинговому році, проте обсяги експорту кожної з них за рік зросли на 38—55%» [7].

У досліджуваному сезоні обсяг спрямованої закордон пшениці першої десятки трейдерів розподілився між вітчизняними і транснаціональними та закордонними компаніями як 49% та 51% відповідно, що зменшило частку вітчизняних компаній порівняно з попереднім сезоном на 17% [7].

Вплив глобалізації на світовий агарний ринок є нерівномірним. Тому доцільно говорити про окремі сегменти світового аграрного ринку. За способом використання виділяють чотири сегменти світового агарного ринку: виробники біопалива (етанолу та біодизелю); тваринництво; споживачі традиційної продовольчої сільськогосподарської продукції та споживачі органічної сільськогосподарської продукції [8, с. 332]. Серед них перші два сегменти можна вважати глобальними, а останні лише прямують у цьому напрямку.

Найбільший вплив глобалізації спостерігається серед підприємств, які беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності. Особливостями їхньої діяльності стали: необхідність пристосування виробничого процесу під стандарти конкретних глобальних сегментів, які зазвичай є вищими за вітчизняні, що викликає необхідність переорієнтації стратегічного планування та переобладнання посівних площ, а також часткової або повної зміни техніки. До цих особливостей також можна віднести переорієнтацію окремих підприємств та фермерських об'єднань на нові галузі, такі як виробництво екологічної чи органічної продукція, використання точкового землеробства, технологій мінімальної обробки ґрунту тощо. Ще одна особливість діяльності підприємств в умовах глобалізації – необхідність крім прямої діяльності займатися покращенням інфраструктури та логістичних систем, оскільки глобалізація спричинила до підвищення стандартів не тільки якості виготовленої продукції, але і способів її пакування та доставки. Використання закордонної техніки відомих брендів і розрив між реальною потребою у знаннях і вміннях працівників великих аграрних підприємств і знаннями, отримуваними ними у вузах спричинив необхідність агро холдингам формувати системи власних курсів і тренінгів, що забезпечує підготовку і підвищення кваліфікації працівників на місці.

Слід зазначити, що глобальний вплив не залишив осторонь і підприємства, що працюють виключно на внутрішні ринки. Причому це стосується не тільки підприємств-виробників сільськогосподарської продукції, але і переробну галузь харчової промисловості, а також систему оптової та роздрібної торгівлі. Зміни у ставленні до якості товарів споживача в середині країни спричинили зміни у позиціонуванні вітчизняної продукції та перелік акцентів, що робиться у маркетинговій політиці комунікацій.

Тому для забезпечення конкурентоспроможності на світовому аграрному ринку вітчизняні підприємства повинні приводити якісні показники своєї продукції не лише до державних стандартів, а проходити сертифікацію у міжнародних організаціях, чітко визначати сегмент глобального аграрного

ринку, на який орієнтуватися (раніше це поняття було більш розмите, посіяне зерно могло бути продане в одні країни як продовольче, в інші – як фуражне) та формувати маркетингову політику комунікацій з врахуванням соціальної складової та загальним зростанням турботи глобального споживача про стан здоров'я та рівень обізнаності в вимогах до якості, що постійно зростає через збільшення доступної інформації. Крім того необхідно продовжувати капіталовкладення в розвиток інфраструктури, що сприятиме забезпеченню відповідності стандартам на всіх етапах товароруу продукції. Наявні земельні ресурси та стан довкілля дозволяють вітчизняним підприємствам окремих західних і південних регіонів орієнтуватися на виробництво органічної продукції, що може забезпечити конкурентну перевагу та прибутковість в довгостроковій перспективі.

Необхідність зміцнення продовольчої безпеки держави і поліпшення життєвого рівня населення вимагає формування досконалих механізмів управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. За умов глобалізації ефективні конкурентні стратегії є передумовою більш повного використання засобів виробництва у сільському господарстві.

Висновки. Отже, глобалізація окремих сегментів світового аграрного ринку та загальний вектор на глобалізацію у інших сегментах викликає необхідність враховувати особливості змін в діяльності експортоорієнтованих аграрних підприємств. Проте вплив глобалізації відчувається і на внутрішніх ринках країн, що також формує перелік необхідних змін у товарній та розподільчій політиках аграрних підприємств. Для забезпечення конкурентоспроможності своєї продукції аграрні підприємства повинні динамічно змінюватись і пристосовуватись до нових умов і викликів та балансувати між стандартизацією та індивідуалізацією пропозиції товарів та послуг, тому дослідження можливостей цього пристосування і формування системи показників, що відображатимуть потребу зміщення орієнтирів у бік глобалізації чи глокалізації має стати предметом подальших досліджень у цьому напрямку.

Література:

1. Курбанова Г. А. Рынки сельхозпродукции: глобальные тенденции и перспективы / Г. А. Курбанова // ФАО. Региональный офис по Европе и Центральной Азии. — Минск, 2010. — 34 с.

2. Подвірна Т. В. Маркетингова діяльність машинобудівних підприємств на глобальних ринках: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Подвірна Тетяна Володимирівна ; Терноп. нац. техн. ун-т ім. Івана Пулюя. - Т., 2013. - 20 с.

3. Мязіна Н. Б. Вплив глобалізації аграрного ринку на вітчизняний ринок / Н. Б. Мязіна // Агросвіт : науково-практичний журнал. — 2011. — №7. — С. 36—40.

4. Martinez J. Globalization and its Impact on Migration in Agricultural Communities in Mexico / CCIS Working Papers: San Diego – 2007. – 22 p.

5. Souza Dias G. H., Cavalcanti J. Labor mobility in the field of agriculture and food globalization// Globalization and the Time–Space Reorganization (Research in Rural Sociology and Development, Volume 17), Emerald Group Publishing Limited. – 2011.– P.83-106.

6. Trade and Environment: A Resource Book//Edited by A.Najam, M.Halle, R. Meléndez-Ortiz. - ICTSD. – 2007 – 279 p.

7. Товстоп'ят А. Рейтинг експортерів пшениці [Електронний ресурс] / АгроМаркет. - 2013 р. - Режим доступу: http://www.agrotimes.net/journals/article/rejting_eksporteriv_pshenici.

8. Мязіна Н. Б. Доцільність сегментування глобального ринку сільськогосподарської продукції / Н. Б. Мязіна // Формування ринкової економіки: Науковий збірник: ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». — 2010. — №24. — С. 325—333.

References:

1. Kurbanova G. A. Rynki sel'hozprodukcii: global'nye tendencii i perspektivy / G. A. Kurbanova // FAO. Regional'nyj ofis po Evrope i Central'noj Azii. — Minsk, 2010. — 34 p.

2. Podvirna T. V. Marketynhova diyal'nist' mashynobudivnykh pidpryyemstv na hlobal'nykh rynkakh: avtoref. dys. kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Podvirna Tetyana Volodymyrivna; Ternop. nats. tekhn. un-t im. Ivana Pulyuya. - T., 2013. - 20 p.

3. Myazina N. B. Vplyv hlobalizatsiyi ahrarnoho rynku na vitchyznyannyi rynek / N. B. Myazina // Ahrosvit : naukovo-praktychnyy zhurnal. — 2011. — № 7. — P. 36—40.

4. Martinez J. Globalization and its Impact on Migration in Agricultural Communities in Mexico / CCIS Working Papers: San Diego – 2007. – 22 p.

5. Souza Dias G. H., Cavalcanti J. Labor mobility in the field of agriculture and food globalization// Globalization and the Time–Space Reorganization (Research in Rural Sociology and Development, Volume 17), Emerald Group Publishing Limited. – 2011.– P.83-106.

6. Trade and Environment: A Resource Book//Edited by A.Najam, M.Halle, R. Meléndez-Ortiz. - ICTSD. - 2007. – 279 p.

7. Tovstop'yat A. Reytynh eksporteriv pshenytsi [Electronic recourse] / AhroMarket. - 2013. – Mode of access: http://www.agrotimes.net/journals/article/rejting_eksporteriv_pshenici.

8. Myazina N. B. Dotsil'nist' sehmentuvannya hlobal'noho rynku sil'skohospodars'koyi produktsiyi / N. B. Myazina // Formuvannya rynkovoyi ekonomiky: Naukovyy zbirnyk: DVNZ «Kyyivs'kyi natsional'nyy ekonomichnyy universytet imeni Vadyma Het'mana». — 2010. — №24. — С. 325—333.